

高校生にもできる町おこし

愛媛県・愛媛県立大洲高等学校 3年 上田 悠

先日、部活動の一環としてボランティアに参加した。学校のすぐそばにある
大洲城^{おおず}で、鉄橋を渡る列車に旗を振るという仕事だ。

JR予讃線に「伊予灘ものがたり」¹⁾という観光列車が走り始めてちょうど2年になる。愛媛県松山市を起点に、海岸沿いを走り、八幡浜駅が終着という路線で、車内では地元食材を利用した料理が楽しめるということらしい。乗車率は約9割で、日本経済新聞の調査（2015年8月）では、「お薦めの観光列車ベスト10」の第一位に輝いた²⁾。大洲城での歓迎の他、別の高校の生徒による車内販売や、タヌキの着ぐるみを着てのお出迎えなど、様々な「おもてなし」が行われている。

その日、炎天下の旗振りに正直なところ疲れ果てて帰宅した私は、夕方のニュースでこの2周年記念イベントが取り上げられているのを見た。旗振りをはじめとした地元の「おもてなし」が乗客に好評で、それ目当てのリピーターも増えていることが報道されていた。暑かったけれど、私たちの行動がささやかながら町おこしに貢献しているという事実を知ったことは新鮮だった。同時にこのニュースを通して私は、過疎が進むこの町の将来に、観光面での新たな可能性を感じた。

確かに、民間とのタイアップとなると、様々な問題が生じることであろう。学校のような公的機関と民間企業との連携はどこまで許されるのか。中立の立場であるべき公立高校が、一部の民間企業の営業活動に関わっているのだろうかという疑問もある。しかし、すでに私の住む町では、市役所の出先機関がJAの産地直売所内に設けられ、買い物ついでに住民票の交付を受けたりすることができる。また、松山市近郊の大型ショッピングセンター内には郵便局があり、休日でも開いていてとても便利だ。こうした事例から学んだノウハウを生かし、認められる範囲内でもっと高校生が町おこしに参加することはできないだろうか。

何と言っても課題は、資金がないということと、高校生に時間的制約があるということだ。「観光による町おこし」という面で考えると、かつて愛媛にも遊園地のような施設はあった。しかし、老朽化で客足は遠のき、閉鎖されたところが多い。その点、東京や大阪近郊のテーマパークは、次々に新しいアトラクションを繰り出して人気を集めている。リピーターの有無が観光産業の鍵だと私は思うのだが、遊園地のような箱物で勝負しても勝ち目はない。物珍しさで客が集まるのは最初だけで、すぐに飽きられてしまう。

そこで私は、体験型の観光プランを考えてみた。例えば、愛媛県南予地方の豊かな自然を生かした漁業体験と農業体験をセットにしたプラン。初日は長浜町の沖へ出て漁を体験した後、地元旅館に宿泊（民泊もおもしろい）してもらう。夕食は、お客さんが捕った魚を中心としたメニューに。そして翌日は、畑で汗を流してもらい、収穫した野菜や果物はお土産として持ち帰ってもらう。この活動を委託する漁師や農家には、多少気を遣わせることはあっても、普段通りの作業をしてもらえばいいわけで、あまり負担はかからないと思う。もちろん、お客さんにはある程度の料金をいただくわけだが、どうだろうか。

ここで大切なのは、いかにしてリピーターを取り込むかということである。漁や農作業を、それぞれが思いつきでやるのではなく、季節ごとの細かいプランを立てて計画的にサービスを提供することが望まれる。さらに、ホームページなどを多角的に使って積極的に売り込む努力も忘れてはならない。特に農産物の収穫体験は、愛媛の魅力を味わってもらって絶好のチャンスだから、みかんはもちろん、梨や栗なども含めて、飽きられない工夫をしていくことが必要だ。

さて、私のプランのキーワードは、「高校生でもできる町おこし」である。そこで、こうした体験型プランの案内役を、高齢者と高校生が二人一組で担当するというアイデアはどうだろう。高齢者に協力していただく第一の理由は、皆さんがその道のベテランでガイドに適しているからだが、お客さんが支払った料金の一部を報酬に回すことで、雇用対策にもなると思う。そして、ここに高校生のインターンシップを組み合わせる。時期は高校の授業がない長期休業中に限られるが、都会から体験に訪れた観光客は、まるで親戚の家のおじいさん・おばあさんと孫に会うような、ほのぼのとした雰囲気を感じるのではないだろうか。また、案内役の高齢者は生き甲斐^{がい}を得、高校生は将来の生き方や職業を

考えるきっかけをつかむことができるかもしれない。さらに、高校生が参加することで、地場産業の後継者養成につながれば一石二鳥だ。

さて、「観光による町おこし」となると、ライバルは多い。豊予海峡^{ほうよ}をはさんでお隣の大分県などは、ライバルどころかずっと先を行っている感がある。私も何度か旅行したことがあるが、そこで思うのは、魅力的なお土産が多いということだ。地獄めぐりの鬼をキャラクター化したマスコットやTシャツ、少々値段が高めだがとても美味しい^{おい}ジャムやドレッシング、宮崎アニメとタイアップした炭の置物（脱臭効果あり）など、どれもまた買いに行きたいと思うものばかりだ。こうした面も、リピーターを呼ぶためには大切なところだ。それに比べて近隣の「道の駅」に置いてある土産物のラインナップは、何年も変化がないように思う。少し残念だ。

ところが先日、近くの農業高校に通う友人から、クラブ活動として地元の農産物を使ったスイーツの開発に取り組んでいるという話を聞いた。そして、すでにいくつかの試作品は、隣町の和菓子店とタイアップして商品化される予定になっているという。自分たちの研究が実社会で生かされるなんて、とても素晴らしいことだ。さらに、観光客の目にとまって新しい名物となるようなことがあれば、まさに「高校生にもできる町おこし」が実現できる。

観光面での町おこしは、民間企業にとってもビジネスチャンスであるはずだ。はじめに述べたとおり、学校と民間企業の連携には多くの制約があるかも知れないが、ここでは行政にリーダーシップをとってもらいたい。市全体としてのコンセプトがしっかり構築された上で、可能な範囲で高校生も参加させてもらおう。もちろん高校生は学習の一環としての参加だ。そうした協力体制が、今後さらに深まることを願う。

(注)

- 1) JR四国「伊予灘ものがたり」

URL http://www.jr-shikoku.co.jp/01_trainbus/event_train/iyonada.html

- 2) 日本経済新聞社・日経BP社 NIKKEI STYLE エンタメ!「何でもランキング」

2015年8月30日

URL <http://style.nikkei.com/article/DGXZZO90891690U5A820C1000000?channel>